# دور الإنفوجرافيك في زيادة انقرائية المضامين الاقتصادية لدى الشباب الأردني

**الباحثة /سرى محمد خالد شطناوي***
**إشراف: أ.د/ شريف درويش اللبان****

**الملخص**
هدفت الدراسة التعرف إلى دور الانفوجرافيك في زيادة انقرائية المضامين الاقتصادية لدى الشباب الأردني، من خلال التعرف إلى التعرف إلى درجة اعتماد الشباب الأردني على الإنفوجرافيك لزيادة انقرائية المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية.
وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتم استخدام أداة الاستبانة الميدانية، وطبقت الدراسة على الشباب الأردني وقد تكونت العينة من 401 مفردة، وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها:
1. وأشارت النتائج إلى أن عينة الدراسة أولت اهتماما متوسط بالتعرض إلى المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية وذلك بنسبة 53.3%.
2. واعتبرت عينة الدراسة أن أبرز أسباب انخفاض تعرض الشباب الأردني للمضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية هي أنها صعبة ومعقدة وذلك بنسبة 51.8%، أما أبرز أسباب ارتفاع تعرض الشباب الأردني للمضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية هي أنها تعد المحرك الرئيس للشارع الأردني في كافة مجالات الحياة وذلك بنسبة 61.7%.
3. وترى عينة الدراسة أن الإنفوجرافيك له دور كبير في زيادة انقرائية المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية سواء المطبوعة أو الإلكترونية، إذ رأى الشباب الأردني أنه يختصر الوقت والجهد عند قراءة المحتوى الاقتصادي وذلك بنسبة 67.2%.

* باحث دكتوراه بكلية الإعلام – جامعة القاهرة .
** رئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة .

**المقدمة**

ساهمت الثورة التكنولوجية والمعلوماتية بمضاعفة حجم المعلومات والبيانات، التي أفرز عنها الحاجة إلى ظهور أدوات وتقنيات، تقدم المعلومات بصورة جذابة وأكثر وضوح، ومن أبرز هذه التقنيات وأهمها هي الإنفوجرافيك، لما له من قدرة على تصوير البيانات وتوضيحها وإيصالها للمتلقي بشكل جذاب.

وهو فن يمكن للمتلقي الاعتماد على بياناته لأنه يحرص على الإشارة إلى مصادر البيانات، كما له دور كبير في تسهيل عملية إدراك المعلومات وحفظها واسترجاعها لدى القارئ.

تراعي الصحافة في العادة اهتمامات الجمهور، كما أنها تراعي احتياجاتهم المعرفية، لغاية تيسير أمور حياتهم وتسهيلها، وجاءت الصحافة الاقتصادية كصحافة متخصصة تعنى بالاهتمام في القضايا والمضامين الاقتصادية، وبحركة الاقتصاد المحلية والإقليمية والعالمية، ومدى تأثيرها على جوانب الحياة المتعددة.

وتعتمد هذه الصحافة على البيانات والاحصائيات والمعلومات الجادة، كما أن هذا النوع من المضامين يعرف بأنه جامد ومعقد، ورغم حاجة الناس الملحة لهذا النوع من الصحافة، إلا أنها بنفس الوقت بحاجة إلى أساليب توضحها وتبسطها كون أنها ترتبط ارتباط تام بحياتهم.

لذا كان من الضروري الإشارة إلى دور الإنفوجرافيك كسلوب وفن له القدرة على توضيح وتبسيط وزيادة انقرائية هذا النوع من الصحافة الجادة والجامدة.

لذا استندت هذه الدراسة لتبحث في دور الانفوجرافيك في زيادة انقرائية المضامين الاقتصادية لدى الشباب الأردني، من خلال التعرف إلى درجة تعرض الشباب الأردني للمضامين الاقتصادية في الصحافة الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية، والصعوبات التي تواجه أفراد العينة خلال قراءة المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية، ودرجة اعتماد أفراد عينة الدراسة على الإنفوجرافيك لزيادة انقرائية المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية من وجهة نظرهم، ودوافع تعرض أفراد عينة الدراسة للإنفوجرافيك الاقتصادي في الصحافة الأردنية، بالإضافة إلى تفضيلات أفراد العينة لأنواع الانفوجرافيك المعالج للمضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية.

**مشكلة الدراسة**

يعد تراجع معدلات التعرض للمحتوى الصحفي أحد أكبر التحديات أمام القائم بالاتصال، وكون أن المضامين الاقتصادية أحد أنواع الصحافة المتخصصة، وأحد أبرز الموضوعات التي يرتبط محتواها بحياة المجتمع ويلمس تأثيراته بشكل ملموس وسريع، وكون أنه يحتوي على كم هائل من المعلومات والأرقام والاحصاءات المعقدة، لذا كان من الضروري أن يتم توظيف فنون وأنماط وتقنيات تزيد من اهتمام الجمهور بها، ومن هذه التقنيات الإنفوجرافيك، كفن معني بجذب الانتباه وزيادة الانقرائية وبتوضيح الرسالة الإعلامية بشكل يجمع بين الخصائص التيبوغرافية والجرافيكية، ومما سبق فإن مشكلة الدراسة تكمن في دراسة دور الانفوجرافيك في زيادة انقرائية المضامين الاقتصادية لدى الشباب الأردني.

**أهمية الدراسة:**

تستتند أهمية الدراسة كون أن فن الإنفوجرافيك لاقى اهتمام كبير في الصحافة العالمية لما له من دور كبير في التأثير على قدرة الجمهور في تمثيل ومعالجة البيانات وتسهل عليهم عمليه قراءتها وإدراكها، وتتمثل أهمية الدراسة في ما يلي:

**أ-الأهمية العلمية:**

1- إيجاد متغيرات أخرى متعلقة بموضوع الدراسة والاستفادة منها مستقبلاً في إجراء المزيد من الدراسات.

2- تكمن أهمية هذه الدراسة في حداثة الإنفوجرافيك كنمط أو كفن مستخدم في الصحافة الأردنية، بالإضافة إلى حداثة التطبيقات الدراسية عليه.

3- ندرة الدراسات التي عنيت بدراسة علاقة الإنفوجرافيك بزيادة الانقرائية في الصحافة، وذلك في حدود علم الباحثة.

**ب- الأهمية العملية:**

1- تسعى هذه الدراسة لتقديم بيانات كمية وكيفية حول دور الانفوجرافيك في زيادة انقرائية المضامين الاقتصادية لدى الشباب الأردني، وهو ما يفيد المؤسسات الصحفية بتطوير استخدامها لفن الإنفوجرافيك خلال معالجتها لمحتواها الصحفي، كما تقدم للصحفيين رؤية لتطوير محتواهم الاقتصادي ليناسب أكبر قدر من القراء وخاصة غير المتخصصين.

2- قد تساهم نتائج هذه الدراسة في فهم ومعرفة ما يهم ويجذب القراء وما هم بحاجة إليه لزيادة تعرضهم إلى الصحافة المطبوعة والإلكترونية وتحديدا نحو المضامين الاقتصادية.

3- ارتبط موضوع الدراسة بسعي الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية الاستفاده من فن الإنفوجرافيك، انطلاقا من أهميته في تبسيط النص وجعله أكثر انقرائية وتحديدا في ما يخص المضامين الاقتصادية.

4- ستمهد هذه الدراسة الطريق أمام إجراء عدد من الدراسات التي تتناول موضوعات ذات صلة بموضوع الدراسة الحالي، ورفد المكتبات العلمية العربية بدراسة جديدة من نوعها، ما يسهم في تحقيق تراكم معرفي وبحثي بطريقة علمية.

**أهداف الدراسة:**

تبعا لما سبق، تهدف الدراسة بشكل رئيس، التعرف إلى حول دور الانفوجرافيك في زيادة انقرائية المضامين الاقتصادية لدى الشباب الأردني.

وينبثق من الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف أبرزها؛ التعرف إلى:

1- درجة التعرض للمضامين الاقتصادية في الصحافة الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية.

2- درجة انقرائية المضامين الاقتصادية في الصحافة الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية.

3- الصعوبات التي تواجه أفراد العينة خلال قراءة المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية.

4- إدراك عينة الدراسة لمفهوم فن الإنفوجرافيك من وجهة نظرهم.

5- دوافع تعرض أفراد عينة الدراسة للإنفوجرافيك الاقتصادي في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية.
6- تفضيلات أفراد العينة لأنواع الانفوجرافيك المعالج للمضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية.
7- دور الانفوجرافيك في زيادة انقرائية المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

**الدراسات السابقة واستعراض التراث العلمي:**

تنوعت الدراسات التي عالجت المفهوم الرئيسي للدراسة، وخاصة في ما يتعلق بدور الانفوجرافيك في زيادة انقرائية المضامين الاقتصادية لدى الشباب الأردني.

وفيما يلي عرضا أفقيا، للدراسات السابقة التي تركز على الأهداف والنتائج التي توصلت إليها، وذلك لدراسات تناولت توظيف الانفوجرافيك في الإعلام.

**المحور الأول: دراسات حول "أثر ودور الإنفوجرافيك":**

توجهت بعض الدراسات إلى دراسة أثر ودور الإنفوجرافيك على الانقرائية، فدراسة **(الخولي، 2020)**[1] ناقشت دور الإنفوجرافيك في زيادة انقرائية الجمهور للمحتوى الإعلامي في مواقع الصحف المصرية والعالمية، واستخدمت منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، وتوصلت الدراسة إلى أن الموضوعات الصحية على رأس قائمة الموضوعات التي تناولها الإنفوجرافيك خلال فترة الدراسة، في حين جاءت الأخبار السياسية والأمنية في المرتبة الثانية، بينما جاءت الأخبار الاقتصادية في المرتبة الثالثة، وأوضحت نتائج الدراسة أن صحف الدراسة اهتمت بالإنفوجرافيك الثابت عن باقي الأنواع، كما أشارت النتائج إلى أن تبسيط المعلومات المعقدة وتسهيل عملية حفظ الأرقام كانت أبرز دوافع العينة لمتابعة الإنفوجرافيك.

وسعت دراسة **(Yanyan,2010)**[2] إلى معرفة كيفية توليد القراء من الإنفوجرافيك المنشور عبر الإنترنت، وأظهرت النتائج أن الإنفوجرافيك يعد أداة قوية للصحفيين لنقل القصص الصحفية بمعلومات غنية، وبشكل واضح وسريع لقراء الإنترنت، كما للإنفوجرافيك دور في دعم الوسائط المتعددة، فيسمح لدمج أنواع مختلفة من المدخلات المرئية في تصميم واحدة.

وأشارت دراسة **(عبد المقصود، 2018)**[3] إلى دور التصاميم الإنفوجرافيكية في تبسيط الرسالة، وتسهيل نقل المعلومة والبيانات المستهدفة للجمهور، وخلصت الدراسة إلى أن الإنفوجرافيك هو فن تحويل البيانات والمعلومات إلى صور ورسوم يسهل فهمها بوضوح، وأنه فن مبتكر وطريقة خلاقة لهم المحتوى، كما أن هناك نسبة عالية جدا من الجمهور تتلقى المعلومة من خلال الإنفوجرافيك وتفضله عن النصوص المكتوبة، وأظهرت الدراسة أن الانفوجرافيك له أثر على الجمهور بجعلهم يستفيدون أكثر ويشاركون أكثر كما جعلهم ينتبهون أكثر.

وبحثت دراسة **(Eun-Ju and Ye Weon,2016)**[4] في كيفية تأثير الإنفوجرافيك في معالجة الأخبار لدى الأفراد، مع التركيز على الأشكال المتعددة والتفاعلية وخصائصها على قارئ الأخبار وإشراكه في المعرفة والقضية، بالإضافة إلى قدرتها على معالجة المعلومات

وبخاصة في الأخبار الاقتصادية، واعتمدت الدراسة المنهج التجريبي، وخلصت الدراسة إلى أن إضافة الإنفوجرافيك إلى الأخبار زاد مدى مشاركة القراء في نشر الأخبار والتفاعل معها، وإن كان ذلك فقط بين أولئك الذين لديهم مشاركة واهتمام أعلى ودراية مسبقة بقضية الإنفوجرافيك، وبينت أنه كلما احتوى الانفوجرافيك على روابط تشعبية وعلى رسومات زادت مشاركة الأفراد لها.

وحاولت بعض الدراسات تسليط الضوء على أثر ودور الإنفوجرافيك والعناصر الجرافيكية على الإدراك والفهم، فهدفت دراسة **(Banu İnanç,2014)**[5] معرفة مدى فاعلية الإنفوجرافيك التفاعلي في عملية تقديم المعلومات وإدراك الرسالة، وتوصلت النتائج إلى أن الانفوجرافيك أصبح حاجة ضرورية في هذا العصر، في ظل الاهتمام بالاتصال المرئي، إذ يجعل الانفوجرافيك المعلومات، والظواهر التي يصعب فهمها أكثر قابلية للفهم، وله قدرة عالية على جذب الانتباه، و يعمل على تقديم معلومات معقدة وغير منظمة في هياكل مفهومة وواضحة، ويتمتع الإنفوجرافيك بقدر أكبر من المعلومات وبنية أكثر تشعبية مقارنة مع المعلومات المكتوبة بالشكل التقليدي.

واستهدفت دراسة **(حسين، 2018)**[6] التعرف إلى طبيعة العلاقة بين الإنفوجرافيك ومستوى الإدراك عند مستخدمي المواقع الإخبارية العربية للمعلومات البصرية، والتقصي عن أبرز الموضوعات التي يشرحها الإنفوجرافيك، والكشف عن العناصر البنائية المكونة للنماذج، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، وتوصلت النتائج إلى ضعف الإنفوجرافيك المتحرك والتفاعلي في عينة الدراسة، وأظهرت الدراسة أن الإنفوجرافيك يساعد المبحوثين في إدراك وفهم المعلومات والموضوعات بوقت قصير مقارنة بالنص السردي، كما أن تعزيز الموضوعات والتقارير بالإنفوجرافيك له أهمية في تنمية وتحسين الإدراك لدى الأفراد إذ يحفز التفكير والتحليل لديهم.

ورصدت دراسة **(طه محمد، 2018)**[7] مدى تأثير استخدام الصحافة الإلكترونية للإنفوجرافيك على العمليات الإدراكية لدى الجمهور من فهم وتذكر للمعلومات المقدمة له، واعتبر المبحوثون أن صحافة الإنفوجرافيك يسهل فهم وتذكر المعلومات، كما يجدون أن استخدام الصور في التصميمات تعد من أكثر العيوب في صحافة البيانات، ويليها كثرة مكونات التصميم التي قد تشتت الانتباه، وفضّل المبحوثون أسلوب العرض الذي يجمع ما بين النص والإنفوجرافيك في تقديم الموضوع نفسه.

وأشارت بعض الدراسات إلى أثر ودور الإنفوجرافيك والعناصر الجرافيكية على الانتباه والتذكر، فقد هدفت دراسة **(السيد، 2018)**[8]، التعرف إلى تأثير استخدام الإنفوجرافيك في إنتاج الصحف المدرسية على الانتباه، والتذكر لدى تلاميذ الحلقة الأولى من التعليم الأساسي في إطار نظرية تمثيل المعلومات، واعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي، وأظهرت نتائج الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على التطبيق القبلي، ومتوسطات درجاتهم على التطبيق البعدي على إجمالي مقياس التذكر تعزى لتطبيق الصحف المدرسية باستخدام الإنفوجرافيك. كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على التطبيق القبلي، ومتوسطات درجاتهم على التطبيق البعدي على إجمالي مقياس الانتباه تعزى لتطبيق الصحف المدرسية باستخدام الإنفوجرافيك.

وكشفت دراسة **(عطية، 2018)**[9] العلاقة بين أسلوب عرض وتقديم مضامين القصص الإخبارية عبر رسوم الإنفوجرافيك على تذكر وفهم هذه المضامين مقارنة بأساليب العرض التقليدية عبر قوالب التحرير الكلاسيكية على شبكة الانترنت، وبالاعتماد على المنهج شبه التجريبي، بينت النتائج أن المتلقين الذين تعرضوا للقصة الإخبارية بأسلوب الإنفوجرافيك تذكروا التفاصيل المرتبطة بمكان وزمان الحدث بالإضافة إلى تذكرهم للشخصيات والقوى الفاعلة المرتبطة بذات الحدث بشكل كبير، وأوضحت النتائج الدراسة أن رسوم الإنفوجرافيك تعزز من قدرات المتلقين على فهم المحتوى مقارنة بالأسلوب التقليدي في عرض القصة الإخبارية.

وبينت دراسة **(Milatz, 2013)**[10] أثر الانفوجرافيك التفاعلي في عملية التذكر لدى مستخدمي وسائل الإعلام، وتم استخدام المنهج التجريبي للتعرف إلى تأثير أنواع الإنفوجرافيك (الثابت، التفاعلي، الجداول) في تذكر المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي أثر في مستويات مختلفة للانتباه لدى العينة مما أثر بدوره في استرجاع أو استذكار المعلومات، مقارنةً بالإنفوجرافيك الثابت، وأوضحت النتائج أن استخدام الجداول في التصاميم، أظهر قدرات أقل في استدعاء المعلومات لدى العينة.

وكشفت دراسة **(أحمد، 2019)**[11] عن مدى فاعلية الإنفوجرافيك في خدمة المضامين الصحفية وإسهامها في تطوير قوالب التحرير والتصميم بما يمكن التعامل مع الكم الرقمي والانفجار المعلوماتي، ومدى إسهام هذا الفن في مساعدة القراء على استيعاب مضامين المادة الصحفية المطوّلة والمعقدة نوعا ما، ولجأت الدراسة إلى أسلوب تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وطبقت الدراسة صحيفتي الوطن وعكاظ، وخلصت نتائجها إلى أن للإنفوجرافيك دور في تطوير المضامين الصحفية والرؤى الإخراجية فمن حيث الشكل بات فن الإنفوجرافيك عملاً يومياً ملحوظا في الصحف، وأكدت النتائج أنه تم توظيف أشكال الإنفوجرافيك المتعارف عليها والتركيز بالتحديد على الرسم البياني، وبينت الدراسة أن توظيف الإنفوجرافيك في الصحف تخطى دائرة الشكل إلى المحتوى الإعلامي فتشير الدراسة إلى أن الإنفوجرافيك الصحفي يحمل في طياته مضامين صحيفية وقيم إخبارية، كما ركز اهتمام الإنفوجرافيك المنشور في صحف الدراسة على قضايا محاربة الإرهاب، ومن ثم الفتاوى الدينية، ومخاطر التدخين، ومن ثم القضايا العدلية، وتليها القضايا الاقتصادية.

**المحور الثاني: دراسات حول "الانقرائية" في الصحف المطبوعة والإلكترونية:**

وتعددت الدراسات التي سلطت الضوء على الانقرائية سواء في الإنفوجرافيك أو الأنماط الصحفية الأخرى أو في وسائل بشكل عام، إذ هدفت دراسة **(البطل، 2019)**[12] التعرف إلى مدى انقرائية العناصر التيبوغرافية والجرافيكية للإنفوجرافيك في المواقع الصحفية الإلكترونية المصرية، من خلال رصد تفصيلاتها الإخراجية المختلفة للإنفوجرافيك، وقد توصلت الدراسة الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية للإنفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقا لنوع الانفوجرافيك، وأشارت النتائج إلى ارتفاع درجة انتظام الشباب الجامعي في التعرض للإنفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية مما يؤكد زيادة ارتباط الشباب بهذا النمط الجديد في المواقع الإلكترونية، ووضحت الدراسة أن أبرز دوافع التعرض

للإنفوجرافيك في صحف المصرية، أنه يقدم المعلومة بطريقة جذابة، وأنه يسهل عملية القراءة.

وسعت دراسة **(أبو نقيرة وعياش، 2019)**[13] التعرف إلى انقرائية الأخبار في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية، ومدى نجاح هذه المواقع في تحقيق أكبر قدر من الانقرائية لقرائها، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن مواكبة الأخبار والأحداث الجارية هي أبرز دوافع قراءة أخبار المواقع الإلكترونية بشكل دائم، يليها البساطة والوضوح، ولأنها أيضا تستخدم الصورة والفيديو بشكل كبير، وبين المبحوثين أن عنوان الخبر هو السبب الأساسي لقراءة خبر دون غيره، ومن ثم اهتمامات القارئ.

وحاولت دراسة **(بوسعدة وعزت، 2021)**[14] التعرف إلى مقروئية الصحف الإلكترونية لدى الطلبة السعوديين من خلال البحث في مقروئية صحيفة آفاق الجامعية من نسختها الإلكترونية، وأشارت أبرز نتائج الدراسة إلى ارتفاع مقروئية صحيفة آفاق الجامعية من نسختها الإلكترونية، ويلاحظ أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يقرؤون الصحيفة من خلال الهاتف .

وأشارت دراسة **(ناصر، 2021)**[15] إلى درجة مقروئية الصحف الإلكترونية لدى الجمهور الأردني ودرجة اعتماده عليها في الحصول على المعلومات الاقتصادية، وخلصت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة متابعين الصحف الإلكترونية، ويليها متابعة الصحف الإلكترونية التي ليس لها أصل ورقي، ومن ثم متابعة الصحف الإلكترونية ذات الأصل الورقي، كما اهتم المبحوثين بمتابعة الأحداث والقضايا الداخلية، ومن ثم الأحداث والقضايا الخارجية، وقد اعتمدت عينة الدراسة في حصولها على المعلومات الاقتصادية على الصحافة الإلكترونية، ومن ثم التلفزيون، ويليها الاتصال الشخصي، وجاء الاعتماد على الصحف الورقية في نهاية الترتيب بنسبة 22%.

وحاولت دراسة **(Ströhl &Others,2017)**[16] التعرف إلى معلومات دقيقة حول سلوك معلومات القراء الذين يتعاملون مع الإنفوجرافيك، والتوصل إلى الاختلافات في نقل المعلومات بين العناصر المقروءة، والمرئية في الإنفوجرافيك، ولجأت الدراسة إلى المنهج التجريبي للحصول على المعلومات، وأظهرت النتائج أن العناصر المقروءة لاقت مزيد من الاهتمام عن العناصر المرئية في كل تصاميم الإنفوجرافيك المستخدمة في الدراسة، وأوضحت النتائج أنه لا يكفي التحقيق في سلوك المشاهد لتوضيح الاختلافات في نقل المعلومات فيجب التقليل من المعلومات المربكة داخل التصاميم، والنظر في المزيد من المتغيرات أكثر من مجرد سلوك المشاهدة.

وأشارت دراسة **(عفانة، 2017)**[17] إلى دور عناصر التصميم الأساس وعلاقتها بانقرائية الصحف الفلسطينية اليومية من وجهة نظر خبراء الإعلام، والتعرف إلى مدى إلتزام هذه الصحف باستخدامها من عدمه، وأهم العناصر التي تزيد من إنقرائيتها، وكشفت النتائج أن حجم الصحيفة هو أكثر عناصر التصميم الأساس التي تدفع القارئ لاختيار صحيفة دون غيرها، كما يتضح من النتائج أن عينة الدراسة تفضل استخدام البناء الأفقي في الصحف الفلسطينية لما يزيد من الانقرائية، وكشفت أن العناصر التيبوغرافية تزيد من التأثير على إنقرائية الصحف الفلسطينية.

**التعليق على الدراسات السابقة وجوانب الاستفادة منها:**

- تنوعت المناهج العلمية التي لجأت لها الدراسات السابقة، فأغلبها اعتمد على منهج المسح بشقيه التحليل والميداني[18]، وركزت أغلب الدراسات الأجنبية التي عالجت الإنفوجرافيك على منهج تحليل المضمون[19]، واعتمدت بعض الدراسات على المنهج شبه التجريبي وذلك لدراسة أثر الإنفوجرافيك على الإدراك والفهم والتذكر[20]، وقد لجأت أيضا بعض الدراسات إلى منهج المسح التحليلي بالإضافة إلى منهج العلاقات المتبادلة[21].

- ناقشت بعض الدراسات السابقة أثر الإنفوجرافيك على العمليات الإدراكية كالفهم والتحليل والتذكر[22]، وتناولت أيضا دراسات أخرى أثر الإنفوجرافيك على زيادة الإنقرائية بشكل عام[23]، في حين تعنى هذه الدراسة بدراسة علاقة الإنفوجرافيك بانقرائية المضامين الاقتصادية.

- أشارت بعض الدراسات السابقة إلى مقروئية وسائل الإعلام وخاصة الصحف الإلكترونية دون الوسائل الأخرى، وإلى مقروئية الأخبار دون الأنماط الأخرى، وأهملت أيضا دراسة مقروئية الإنفوجرافيك كأحد الفنون الحديثة.

- تنوعت النظريات التي تم اللجوء ليها في الدراسات السابقة، فمنها اعتمد على نظرية تراث المعلومات[24]، ومنها لجأ إلى نظرية انتشار المبتكرات[25]، واستخدمت دراسات أخرى نظرية ثراء الوسيلة بالإضافة إلى نظرية انتشار المبتكرات[26]، كما اعتمدت بعض الدراسات على نظرية تمثيل المعلومات[27]، ولجأت دراسات أخرى إلى نظرية الاستخدامات والاشباعات[28].

- جاءت الاستبانة وتحليل المضمون، على رأس الأدوات التي استخدمتها الدراسات السابقة، في جمع معلوماتها حول معالجة الإنفوجرافيك ودوره وأثره على الانقرائية والعمليات الإدراكية.

**الاستفادة من الدراسات السابقة:**

أفادت الباحثة من استعراض وتحليل الدراسات السابقة ما يلي:

1- تحديد المشكلة البحثية وأهداف الدراسة الرئيسة وتساؤلاتها.

2- اختيار النظرية المناسبة لتفسير نتائج الدراسة.

3- الوقوف على المناهج والأدوات العملية المستخدمة في الدراسات السابقة وتوظيف ما يمكن توظيفه في الدراسة الحالية.

4- تعريف مصطلحات الدراسة بدقة، وتحديد فئات التحليل التي تنفرد بها الدراسة الحالية.

5- إثراء الأدب النظري في الدراسة الحالية .

6- حصر مجتمع وعينة الدراسة بشكل دقيق.

**تساؤلات الدراسة:**

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات البحثية الآتية:

1- ما درجة التعرض للمضامين الاقتصادية في الصحافة الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية؟

2- ما درجة انقرائية المضامين الاقتصادية في الصحافة الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية؟

3- ما الصعوبات التي تواجه أفراد العينة خلال قراءة المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية؟
4- ما مدى إدراك عينة الدراسة لمفهوم فن الإنفوجرافيك من وجهة نظره؟
5- ما دوافع تعرض أفراد عينة الدراسة للإنفوجرافيك الاقتصادي في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية؟
6- ما تفضيلات أفراد العينة لأنواع الانفوجرافيك المعالج للمضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية؟
7- ما دور الانفوجرافيك في زيادة انقرائية المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة؟

**نوع الدراسة ومنهجها**

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تركز على وصف طبيعة السمات وخصائص مجتمع معين، أو موقف أو جماعة أو فرد معين، بشكل دقيق، ويتم دراسة تكرارات حدوث الظواهر المختلفة[29].

وتعتمد الدراسة على منهج المسح الذي يعد واحدا من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية، وهو من المناهج العلمية المنظمة التي تهدف لجمع البيانات والمعلومات من جميع أفراد مجتمع الدراسة أو عينة منهم[30].

**أداة الدراسة**

استخدمت الباحثة في الدراسة، أداة الاستبيان لجمع المعلومات، وهي أداة لجمع البيانات بهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء وأفكار في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة[31].

**مجتمع الدراسة وعينتها**

يتكون مجتمع الدراسة من فئة الشباب في المجتمع الأردني والذين تنحصر أعمارهم بين 18 عام وحتى 35 عام، وتمثلت العينة بدراسة 400 مبحوثًا، بالاعتماد على العينة العمدية، من الشباب الذين يتعرضون للصحافة الأردنية والمضامين الاقتصادية.

وتم توزيع الاستبانة إلكترونيا وتمت الاستعانة بفروع هيئة شباب "كلنا الأردن" التي تمتلك مراكز في شمال ووسط وجنوب المملكة، وتستقطب الشباب الأردني من أعمار 18 وحتى 35 عام وتخضعهم لبرامج تدريبية وتأهيلية.

واستطاعت الباحثة الوصول إلى 401 شاب أردني، 20 شاب من عينة الدراسة لا تتعرض مطلقا للصحافة الأردنية، لذا تم تسليم الاستبانة بشكل مباشر دون التعرض لباقي الأسئلة المقاييس فيها، أما 381 فيتعرضون لها بدرجات متفاوتة.

**التعريفات الإجرائية:**

الإنفوجرافيك: هو نمط وأسلوب مبتكر يجمع بين العناصر الجرافيكية والتيبوغرافيكية، وفقا لطريقة إعداد محددة، وذلك لغاية توضيح وتفسير محتوى أو موضوع.

الإنقرائية: هي درجة سهولة قراءة وفهم نص ما، وفقا لعدة عوامل أبرزها؛ سرعة الإدراك، قابلية الرؤية والجاذبية، سرعة القراءة، وضوح الخط والكتابة، وأن تكون ملائمة لقدرات القارئ نحو القراءة.

المضامين الاقتصادية: هي الأشكال والأنماط الصحفية كافة والمنشورة في الصحافة الأردنية سواء المطبوعة أول الإلكترونية، وتعالج قضايا الاقتصاد وموضوعاته.

**اختبارات الصدق والثبات**

**اختبار الصدق**: يقصد به صدق أداة جمع المعلومات والبيانات، ومدى قدرتها على أن تقيس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلا، وذلك حتى تتطابق المعلومات المجموعة بواسطتها، وأن تعكس المعنى الحقيقي والفعلي للمفاهيم الواردة بالدراسة[32].

وتم التحقق من صدق الأداة من خلال عرض أداة الدراسة على محكمين متخصصين في مجال الإعلام والتحليل.

**اختبار الثبات**: ويقصد به التأكد من درجة الاتساق العالية للأداة، وأن تكون ذات قدرة على أن تقيس ما صممت لأجله، والتأكد من الحصول على نتائج مطابقة لدى تكرار اختبار الأداة[33].

للتأكد من ثبات الأداة، فقد تم حساب معامل الثبات بطريقة الاتساق الداخلي حسب معادلة كرونباخ ألفا إذ تراوح (0.71-0.93)، واعتبرت هذه النسب مناسبة لغايات هذه الدراسة. والجدول الآتي يبين هذه المعاملات.

**جدول (1)**

**معامل الاتساق الداخلي "كرونباخ" للمحاور والأداة ككل**

| المحور | الاتساق الداخلي |
|---|---|
| حدد اتجاهك من مزايا وعيوب المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة؟ | 0.80 |
| حدد اتجاهك من مزايا وعيوب المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية الإلكترونية؟ | 0.71 |
| قيم مستوى انقرائية محتوى المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية من وجهة نظرك | 0.76 |
| درجة الصعوبات التي تواجهك خلال قراءة المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية | 0.87 |
| المقصود بفن الإنفوجرافيك | 0.83 |
| ما دوافعك للتعرض إلى الإنفوجرافيك الاقتصادي في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية؟ | 0.87 |
| ما دور الإنفوجرافيك في زيادة انقرائية المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية؟ | 0.93 |

**نتائج الدراسة :**

**أولا: المتغيرات الديموغرافية**

للوصول إلى وصف دقيق حول خصائص عينة الدراسة، تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لمتغيرات الدراسة، وذلك على النحو التالي:

**جدول (2)**

**التكرارات والنسب المئوية حسب متغيرات الدراسة**

| المتغيرات | الفئات | التكرار | النسبة |
|---|---|---|---|
| **الجنس** | ذكر | 193 | %50.7 |
| | أنثى | 188 | %49.3 |
| **السكن** | المدينة | 251 | %65.9 |
| | الريف | 120 | %31.5 |
| | خارج البلاد | 10 | %2.6 |
| **الفئة العمرية** | من 18-22 عاما | 39 | %10.2 |
| | من 23-30 عاما | 151 | %39.6 |
| | من 31-35 عاما | 191 | %50.2 |
| **المستوى الأكاديمي** | دبلوم فأقل | 41 | %10.8 |
| | بكالوريوس | 214 | %56.2 |
| | دراسات عليا | 126 | %33.1 |
| **الوضع الاجتماعي** | أعزب | 213 | %55.9 |
| | غير ذلك | 7 | %1.8 |
| | متزوج | 161 | %42.3 |
| **المهنة** | طالب | 42 | %11.0 |
| | مشروع خاص | 23 | %6.0 |
| | وظيفة حكومية | 131 | %34.4 |
| | وظيفة خاصة | 132 | %34.6 |
| | عاطل عن العمل | 53 | %13.9 |
| **المجموع** | | **381** | **%100.0** |

توضح نتائج الجدول رقم (63) المتغيرات الديموغرافية للدراسة الميدانية، والتي طبقت عليها الدراسة الميدانية، وتفيد النتائج العينة تكوّنت من 193 وبنسبة 50.7% من الذكور، و188 وبنسبة 49.3 من الإناث، وأجريت الدراسة على 251 مفردة من شباب المدن وبنسبة 65.9%، و120 مفردة من الريف وبنسبة 31.5%، كما طبقت 10 مفردات من الأردنيين المقيمين خارج المملكة وبنسبة 2.6%.

وتبيّن الدراسة أن أكبر فئة عمرية طبقت عليها الدراسة هي فئة الشباب من عمر 31 إلى 35 عاما بـ 41 تكرار وبنسبة 50.2%، في حين أن أقل فئة عمرية طبقة عليها الدراسة كانت من فئة الشباب ومن عمر 18 إلى 22 عاما.

وتشير النتائج إلى أن أكثر مستوى أكاديمي طبقت عليه الدراسة كان البكالوريوس وذلك بـ 214 مفردة وبنسبة 56.2%، في حين انخفضت نسبة تمثيل عينة الدر اسة من المستوى الأكاديمي الدبلوم فأقل وذلك 41 مفردة وبنسبة 10.8%.

وأوضحت نتائج الجدول رقم (63) أن 213 شاب وشابة أردنية عزباء طبقت عليها الدراسة وبنسبة 55.9%، ويليها الشباب من فئة متزوج بـ 161 مفردة وبنسبة 42%، فيما طبقت الدراسة بالمرتبة الأولى على الشباب العامل في وظيفة خاصة وذلك بنسبة 34.6%، وفي المرتبة الثانية الشباب العملين في وظيفة حكومية بـ 131 تكرار وبنسبة 34.4%، ومن ثم 53 شاب عاطل عن العمل وبنسبة 13.9% في حين انخفض تمثيل الشباب الذين يمتلكون ويعملون في مشاريعهم الخاصة وذلك بـ 23 مفردة وبنسبة 6.0%.

**ثانيا: درجة تعرض عينة الدراسة للمضامين الاقتصادية في الصحف الأردنية سواء (المطبوعة أو الإلكترونية) .**

تشير النتائج إلى أن عينة الدراسة تتعرض للمضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية بحجم متوسط في الدرجة الأولى وذلك بـ 203 تكرار وبنسبة 53.3%، ويليها بدرجة مرتفعة في المرتبة الثانية بـ 95 تكرار وبنسبة 24.9%، في حين جاءت بحجم منخفض بـ 83 تكرار وبنسبة 21.9%.

وتفيد هذه النتيجة بأن الشباب الأردني مهتم بالتعرض للمضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الرحمن، 2016)، إذ تعرضت عينة الدراسة للمضامين الاقتصادية بدرجة مرتفعة.

**ثالثا: درجة انقرائية محتوى المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية من قِبل الشباب الأردني.**

تبيّن النتائج أن درجة محتوى المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية كانت ما بين الدرجة (المرتفعة والمتوسطة) إذ تراوحت المتوسطات الحسابية ما بين (1.83-2.36)، إذ جاءت الفقرة رقم (10) والتي تنص على "النص الاقتصادي ممل وجامد" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (2.36)، وانحراف معياري بلغ (0.726)، كما جاءت الإجابة على الفقرة رقم (10) بمستوى عالٍ في المرتبة الأولى وذلك بـ 194 تكرار وبنسبة 50.9%، ويليها الإجابة بمستوى متوسط وذلك بـ 131 تكرار وبنسبة 34.4%، ومن ثم بمستوى منخفض في المرتبة الأخيرة وذلك بـ 56 تكرار وبنسبة 14.7%، ونظرا لهذه النتيجة يمكن تفسير أسباب تراجع تعرض الشباب الأردني للمضامين الاقتصادية.

وتظهر نتائج الجدول السابق أن الفقرة رقم (12) ونصها "تتعدد اللغات المستخدمة في المحتوى الاقتصادي" جاءت في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (1.83)، وانحراف معياري بلغ (0.680)، كما جاءت الإجابة على الفقرة رقم (12) بمستوى متوسط في المرتبة الأولى وذلك بـ 194 تكرار وبنسبة 50.9%، ويليها الإجابة بمستوى منخفض وذلك بـ 126 تكرار وبنسبة 33.1%، ومن ثم مستوى متوسط في المرتبة الأخيرة وذلك بـ 61 تكرار وبنسبة 16.0%، ووفقا للنتائج السابقة فإن المتوسط الحسابي لقيم مستوى انقرائية محتوى

المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية بلغ (2.12)، والانحراف المعياري بلغ (0.327)، وبدرجة متوسطة.

وتتفق نتيجة الجدول السابق مع دراسة (منى أبوجامع، 2009)، كون أن عينة الدراسة اتفقت بأن المضامين الاقتصادية غير جذابة لذا هي تقلل من مستوى الانقرائية.

**رابعا: الصعوبات التي تواجه الشباب الأردني خلال قراءة المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية.**

تكشف النتائج أن الصعوبات التي تواجه الشباب الأردني خلال قراءة المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية، كانت ما بين الدرجة (المرتفعة والمتوسطة)، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية ما بين (2.07-2.46)، فقد جاءت الفقرة رقم (8) والتي تنص على "استخدام أسلوب التحليل المعمق في معالجة البيانات" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (2.46)، وانحراف معياري بلغ (0.646)، كما جاءت الإجابة على الفقرة رقم (8) بدرجة مرتفعة في المرتبة الأولى وذلك بـ 207 تكرار وبنسبة 54.3%، ويليها الإجابة بدرجة متوسطة وذلك بـ 142 تكرار وبنسبة 37.3%، ومن ثم بدرجة منخفضة في المرتبة الأخيرة وذلك بـ 32 تكرار وبنسبة 8.4%، وتشير هذه النتيجة إلى أن الصحافة الأردنية تعتمد في تحريرها وإعدادها للمضامين الاقتصادية على أسلوب التحليل وهذا ما قد يصعب على القرائ فهم المحتوى الاقتصادي، وقد تكون أيضا أحد الأسباب التي تزيد من تراجع الشباب الأردني للتعرّض إلى المضامين الاقتصادية، وهذا التراجع في التعرض للمضامين الاقتصادية قد يدفع بعزوف الشباب الأردني عن التعرض للصحافة الأردنية سواء المطبوعة أو الإكترونية.

في حين جاءت الفقرة رقم (1) ونصها "قراءة الأرقام والنسب المئوية" في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (2.07)، وانحراف معياري بلغ (0.746)، كما جاءت الإجابة على الفقرة رقم (1) بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى وذلك بـ 168 تكرار وبنسبة 44.1%، ويليها الإجابة بدرجة مرتفعة وذلك بـ 119 تكرار وبنسبة 31.2%، ومن ثم بدرجة منخفضة في المرتبة الأخيرة وذلك بـ 94 تكرار وبنسبة 24.7%، وتشير هذه النتيجة إلى أن الصحافة الأردنية اهتمت بتوضيح الأرقام والنسب المئوية في المضامين الاقتصادية، ووفقا للنتائج السابقة فقد بلغ المتوسط الحسابي للصعوبات التي تواجه الشباب الأردني خلال قراءة المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية (2.31)، وبانحراف معياري (0.486) وبدرجة متوسطة.

وتختلف نتيجة الجدول السابق مع دراسة (رحمن، 2016) فإن عينة الدراسة من الشباب السعودي ترى أن فهم المؤشرات الاقتصادية يمثل الصعوبة الأكبر في المرتبة الأولى لديهم، ومن ثم الصعوبة في استذكار واسترجاع البيانات في المحتوى الاقتصادي.

**خامسا: إدراك الشباب الأردني لمفهوم فن الإنفوجرافيك.**

توضح النتائج أن إدراك الشباب الأردني لمفهوم فن الإنفوجرافيك كان بدرجة منخفضة في المرتبة الأولى وذلك بـ 170 تكرار وبنسبة 44.6%، إذ جمعت كل من درجتي الرقم (1) و(2)، وجاءت في المرتبة الثانية بدرجة متوسطة وذلك بـ 101 تكرار وبنسبة 26.5%، في حين أن درجة إدراك العينة بدرجة مرتفعة جاءت في المرتبة الأخيرة وذلك بـ

69 تكرار وبنسبة 18.1%، وذلك بتقييم الدرجة (4)، وبـ 41 تكرار وبنسبة 10.8% للتقييم بدرجة (5) والتي تعد الإدراك المطلق لفن الإنفوجرافيك.

وتشير هذه النتيجة إلى أن الشباب الأردني انخفض إدراكهم لفن الإنفوجرافيك كمصطلح علمي وهذه نتيجة تؤكد انخفاض تعرضهم لمثل هذه النوع من الفنون الصحفية الحديثة داخل الصحف الأردنية سواء المطبوعة أو الإلكترونية، وهذا دليل على انخفاض اهتمام الصحافة الأردنية بهذا الفن الحديث.

**سادسا: دوافع تعرض الشباب الأردني للإنفوجرافيك الاقتصادي في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية.**

تظهر النتائج أن دوافع تعرض الشباب الأردني للإنفوجرافيك الاقتصادي في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية، كانت ما بين الدرجة (المرتفعة والمتوسطة)، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية ما بين (2.33-2.71)، إذ جاءت الفقرتان رقم (1، و5) والتي تنصان على "ينقل المعلومات الاقتصادية بطريقة سهلة وبسيطة"، و"يختصر الوقت والجهد" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (2.71)، كما جاءت الإجابة على الفقرة رقم (1) أتفق في المرتبة الأولى وذلك بـ 281 تكرار وبنسبة 73.8%، ويليها الإجابة بمحايد وذلك بـ 90 تكرار وبنسبة 23.6%، ومن ثم لا أتفق في المرتبة الأخيرة وذلك بـ 10 تكرارات وبنسبة 2.6%، أما الإجابة على الفقرة رقم (5) فقد جاءت أتفق في المرتبة الأولى وذلك بـ 282 تكرار وبنسبة 74.0%، ويليها الإجابة بمحايد وذلك بـ 86 تكرار وبنسبة 22.6%، ومن ثم لا أتفق في المرتبة الأخيرة وذلك بـ 13 تكرارات وبنسبة 3.4%.

وبحسب النتائج السابقة فقد جاءت الفقرة رقم (8) ونصها "يغني عن قراءة المحتوى الاقتصادي المكتوب" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (2.33)، وانحراف معياري (0.760) وبدرجة متوسطة، أما الإجابة على الفقرة رقم (8) فقد جاءت أتفق في المرتبة الأولى وذلك بـ 192 تكرار وبنسبة 50.4%، ويليها الإجابة بمحايد وذلك بـ 121 تكرار وبنسبة 31.8%، ومن ثم لا أتفق في المرتبة الأخيرة وذلك بـ 68 تكرارات وبنسبة 17.8%، ووفقا للجدول السابق فقد بلغ المتوسط الحسابي لدوافع تعرض الشباب الأردني للإنفوجرافيك الاقتصادي في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية (2.62)، وبانحراف معياري بلغ (0.417)، وبدرجة مرتفعة.

وخلصت الباحثة من النتائج السابقة أن فن الإنفوجرافيك ينقل المعلومات الاقتصادية بطريقة سهلة وبسيطة، ويختصر الوقت والجهد، من وجهة نظر الشباب الأردني، وهذه الخصائص الأساسية التي يحتاج لها القارئ حتى ينجذب للمضامين الصحفية سواء المطبوعة أو الإلكترونية.

وتبعا لما سبق من نتائج فإن دراسة (الخولي، 2020) أشارت إلى أن عينة الدراسة ترى أن تبسيط المعلومات المعقدة كان أبرز دوافعها للتعرض إلى الإنفوجرافيك. وترى دراسة (البطل، 2019) أن أبرز دوافع التعرض للإنفوجرافيك هو أنه يقدم المعلومات والبيانات بطريقة جذابة، ويسهل عملية القراءة، كما أشارت دراسة (بركات وآخرون، 2015)، إلى أن الإنفوجرافيك له دور كبير في تذكر المحتوى.

**سابعا: دور الإنفوجرافيك في زيادة انقرائية المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية.**

توضح النتائج أن دور الإنفوجرافيك في زيادة انقرائية المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية كان بدرجة (مرتفعة)، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية ما بين (2.55-2.64)، حيث جاءت الفقرة رقم (8) والتي تنص على "يختصر على القارئ الوقت والجهد في قراءة المحتوى الاقتصادي" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (2.64)، وبالنحراف معياري بلغ (0.553)، كما جاءت الإجابة على الفقرة رقم (8)، "كبير" في المرتبة الأولى وذلك بـ 256 تكرار وبنسبة 67.2%، ويليها الإجابة "بمتوسط" وذلك بـ 111 تكرار وبنسبة 29.1%، ومن ثم "صغير" في المرتبة الأخيرة وذلك بـ 14 تكرارات وبنسبة 3.7%.

بينما جاءت الفقرة رقم (4) ونصها "يسهل عملية قراءة الأرقام والنسب المئوية والمعدلات والمؤشرات الاقتصادية" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (2.55)، وبانحراف معياري بلغ (0.612)، كما جاءت الإجابة على الفقرة رقم (4)، "كبير" في المرتبة الأولى وذلك بـ 233 تكرار وبنسبة 61.2%، ويليها الإجابة "بمتوسط" وذلك بـ 124 تكرار وبنسبة 32.5%، ومن ثم "صغير" في المرتبة الأخيرة وذلك بـ 24 تكرارات وبنسبة 6.3%.

ووفقا للنتائج فقد بلغ المتوسط الحسابي لدور الإنفوجرافيك في زيادة انقرائية المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية (2.59)، وبانحراف معياري بلغ (0.477) وبدرجة مرتفعة.

وترى الباحثة أن هذه النتيجة منطقية كون أن القارئ في عصر التكنولوجيا المفرطة يبحث عن المعلومات التي تختصر عليه الوقت والجهد، لذا من الطبيعي أن يصنف الشباب الأردني دور الإنفوجرافيك كحاجة ضرورية لديهم بأن يقدم هذا الفن اختصارا للوقت والجهد عند قراءة المضامين في الصحافة الأردنية سواء المطبوعة أو الإلكترونية.

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة (YanYan, 2010) إذ أن عينة الدراسة ترى أن للإنفوجرافيك دور في دعم الوسائط المتعددة داخل المؤسسات الصحفية، أما دراسة (عبد المقصود، 2018) فإنها تفيد بأن للإنفوجرافيك دور في تبسيط الرسالة الصحفية ومحتوى المضامين الصحفية، ووفقا لدراسة (أحمد، 2019) فإن للإنفوجرافيك دور مهم في تطوير المضامين الصحفية والإخراجية.

**ملخص نتائج البحث:**

1- انخفض حجم تعرض الشباب الأردني للصحافة المطبوعة بشكل كبير وذلك بنسبة بلغت 74.8%، في المقابل فضلت عينة الدراسة التعرض للصحافة الإلكترونية بحجم كبير وبنسبة بلغت 49.3%، وهذا لما تمتلكه الصحافة الإلكترونية من خصائص تسهل على القارئ عملية البحث والحصول على الأخبار والمعلومات.
2- تتعرض عينة الدراسة بدرجة متوسطة إلى المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية سواء المطبوعة أو الإلكترونية وذلك بنسبة 53.3%.

3- وجد 50.9% من الشباب الأردني أن النص الاقتصادي ممل وجامد في الصحافة الأردنية، ورأى 47.5% منهم أن المحتوى الاقتصادي غير جذاب، كما رأى 27% منهم أن المصطلحات داخل النصوص الاقتصادية غير مفهومة، وذلك لدى تقييمهم لمستوى انقرائية المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية المطبوعة والإلكترونية.
4- يواجه الشباب الأردني صعوبات عديدة لدى قراءة المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية سواء المطبوعة أو الإلكترونية، وكان أبرزها استخدام أسلوب التحليل المعمق في معالجة البيانات الاقتصادية وذلك بنسبة 54.3%، ويليه الحاجة إلى المعرفة التراكمية لفهم المحتوى الاقتصادي وذلك بنسبة 48.8%.
5- انخفضت درجة إدراك الشباب الاردني لمفهوم الإنفوجرافيك وذلك بنسبة 44.6%.
6- اتفقت عينة الدراسة من الشباب الأردني أن الإنفوجرافيك في الصحافة الأردنية ينقل المعلومات الاقتصادية بطريقة سهلة وبسيطة وذلك بنسبة 73.8% وتعد هذه النتيجة أحد أبرز دوافع التعرض للانفوجرافيك الاقتصادي.
7- وجدت عينة الدراسة أن الإنفوجرافيك له دور كبير في زيادة انقرائية المضامين الاقتصادية في الصحافة الأردنية سواء المطبوعة أو الإلكترونية، إذ رأى الشباب الأردني أنه يختصر الوقت والجهد عند قراءة المحتوى الاقتصادي وذلك بنسبة 67.2%.

## الحواشى:

([1]) الخولي، سحر.(2020). دور الإنفوجرافيك في زيادة انقرائية الجمهور للمحتوى الإعلامي في مواقع الصحف المصرية والعالمية (دراسة تحليلية مقارنة). **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد 54، مجلد 3، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، القاهرة: مصر.

([2]) Yanyan, Y. (2010). How to Generate Readers from Infographics in A Networked society**, Digital Journalism**, 2(4), 490-506. doi:10.1080/21670811.2013.841368, 2010, retrieval at (http://goo.gl/wglqmv)

([3]) جمال عبد المقصود، محمد، (2018). دور التصاميم الإنفوجرافيكية لتبسيط الرسالة العالمية وتسهيل نقل المعلومة والبيانات المستهدفة للجمهور. **مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية**، العدد 10، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية، القاهرة: مصر.

([4]) Eun-Ju, L., & Ye Weon,K.(2016), Effects of infographics on news elaboration, acquisition, and evaluation: Prior knowledge and issue involvement as moderators, Seoul National University, Republic of Korea**, new media & society**, Vol. 18(8) 1579– 1598 © The Author(s) 2015 Reprints and permissions: sagepub .co.uk/journalsPermissions .nav DOI: 10.1177/1461444814567982

([5] )Banu İnanç Uyan Dur.(2014) . Interactive Infographics on the Internet, TOBB University of Economics and Technology, Faculty of Fine Arts, Design and Architecture, **Online Journal of Art and Design**.volume 2, issue 4, Dept. of Visual Communication Design, Söğütözü St. No:43, Ankara/Turkey.

([6]) حسين جمعة، بيرق، (2018). الإنفوجرافيك وعلاقته بالإدراك عند مستخدمي المواقع الاخباريه موقع السومرية نيوز وسكاي نيوز والجزيرة أنموذجا، **أطروحة دكتوراه غير منشورة**، جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم الصحافة، العراق.

([7]) طه محمد، منى، (2018)، استخدام الإنفوجرافيك في الصحافة الإلكترونية المصرية وتأثيره على إدراك وتذكر الجمهور للمضمون: دراسة ميدانية، **مجلة كلية الآداب**، جامعة المنصورة، كلية الآداب، العدد 62، مصر.

([8]) السيد، رباب.(2018). تأثير استخدام الإنفوجرافيك في إنتاج الصحف المدرسية على الانتباه والتذكر لدى تلاميذ الحلقة الأولى من التعليم الأساسي في إطار نظرية تمثيل المعلومات، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، العدد 13، مصر.

([9]) عطية، مروة. (2018). تأثير استخدام رسوم الانفوجرافيك في تذكر وفهم القراء لمضمون القصص الإخبارية المنشورة على شبكة الانترنت: دراسة شبه تجريبية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، العدد 22، جامعة الأهرام الكندية، مصر.

([10] )Milatz, M. (2013). Moving graphics: The effects of interactive infographics on media users 'recall accuracy. **Unpublished master's thesis**, Media and Globalization .MA , Graduate School of Communication.

([11]) أحمد، حبيب الله صالح، (2019)، دور الانفوجرافيك في تطوير المضامين الصحفية والرؤى الإخراجية: دراسة تطبيقية على صحيفتي الوطن وعكاظ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 68، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مصر: القاهرة.

([12]) البطل، هاني. (2019). انقرائية الإنفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية لدى الشباب الجامعي، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد51، الجزء1، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، القاهرة: مصر.

([13]) أبو نقيرة، أيمن. عياش يحيى. (2019). انقرائية الأخبار في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية (دراسة تحليلية مقارنة)، **مجلة وادي النيل للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية**، المجلد 1، العدد 21، جامعة القاهرة فرع الخرطوم، كلية الآداب.

([14]) بوسعدة، عمر. عزت، السيد. (2021). مقروئية الصحف الإلكترونية لدى طلاب بالجامعات السعودية صحيفة آفاق الجامعية أنموذجاً، **مجلة بحوث التربية النوعية**، العدد 62، جامعة المنصورة، مصر.

( [15]) ناصر، طارق. (2021). مقروئية الصحف الإلكترونية واعتماد الجمهور الأردني عليها في الحصول على المعلومات الاقتصادية، **مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال**، العدد 6، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، القاهرة: مصر.

([16])Ströhl, B, Ganz, K, Richter, S, Zieglmeier, K & Hammwöhner, R.(2017). An Eye-Tracking Study on Differences in Information Transfer by Infographics, Conference Paper, Everything Changes, Everything Stays the Same? Understanding Information Spaces**. Proceedings of the 15th International Symposium of Information Science** , urn:nbn:de:kobv:11-100245426, doi.org/10.18452/1458, Berlin, pp. 50-61 https://edoc.hu-berlin.de/bitstream/handle/18452/2110/stroehl.pdf?sequence=1&isAllowed=y .

([17]) عفانة، هناء. (2017).علاقة عناصر التصميم الأساس بانقرائية الصحف الفلسطينية اليومية من وجهة نظر خبراء الإعلام، **رسالة ماجستير غير منشورة**، الجامعة الإسلامية، كلية الآداب، قسم صحافة، غزة: فلسطين.

([18]) حسين جمعة. **مرجع سابق**.

([19]).Olivo ,M . **Op.Cit**)

([20]) السيد، رباب. **مرجع سابق**.

([21]) عصافرة، علي. **مرجع سابق**.

([22]) طه محمد، منى. **مرجع سابق**.

([23]) الخولي، سحر. **مرجع سابق**.

([24]) **المرجع السابق نفسه**.

([25]) طه محمد، منى. **مرجع سابق**.

([26]) عبد الحميد أحمد، محمد. **مرجع سابق**.

([27]) السيد، رباب. **مرجع سابق**.

([28]) أحمد، حبيب الله. **مرجع سابق**.

([29]) حسين، سمير. **بحوث الإعلام**. ص123.

([30]) مشاقبة، بسام. **مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب.** ص60.

([31])عبد الحميد، محمد. **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية.** ص353.

([32]) حسين، سمير. **مرجع سابق**. ص314.

([33]) الحيزان، محمد. **البحوث الإعلامية: أسسها - أساليبها – مجالاتها**. ص65.

**المصادر والمراجع**


- مشاقبة، بسام. (2010). **مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب**، ط1. دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان: الأردن.
- حسين، سمير، (1995). **بحوث الإعلام.** ط1، عالم الكتاب، القاهرة: مصر.
- حجاب، منير. (2003). **الموسوعة الإعلامية**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاعرة: مصر.
- الحيزان، محمد، (2004). **البحوث الإعلامية: أسسها - أساليبها - مجالاتها.** ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض: السعودية
- عبد الحميد، محمد. (2000). **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط1، عالم الكتاب، القاهرة: عمان.

- الخولي، سحر.(2020). دور الإنفوجرافيك في زيادة انقرائية الجمهور للمحتوى الإعلامي في مواقع الصحف المصرية والعالمية (دراسة تحليلية مقارنة). **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد 54، مجلد 3، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، القاهرة: مصر.
- جمال عبد المقصود، محمد، (2018). دور التصاميم الإنفوجرافيكية لتبسيط الرسالة العالمية وتسهيل نقل المعلومة والبيانات المستهدفة للجمهور. **مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية**، العدد 10، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية، القاهرة: مصر.
- حسين جمعة، بيرق، (2018). الإنفوجرافيك وعلاقته بالإدراك عند مستخدمي المواقع الاخباريه موقع السومرية نيوز وسكاي نيوز والجزيرة أنموذجا، **أطروحة دكتوراه غير منشورة**، جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم الصحافة، العراق.
- طه محمد، منى، (2018)، استخدام الإنفوجرافيك في الصحافة الإلكترونية المصرية وتأثيره على إدراك وتذكر الجمهور للمضمون: دراسة ميدانية، **مجلة كلية الآداب**، جامعة المنصورة، كلية الآداب، العدد 62، مصر.
- السيد، رباب.(2018). تأثير استخدام الإنفوجرافيك في إنتاج الصحف المدرسية على الانتباه والتذكر لدى تلاميذ الحلقة الأولى من التعليم الأساسي في إطار نظرية تمثيل المعلومات، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، العدد 13، مصر.
- عطية، مروة. (2018). تأثير استخدام رسوم الانفوجرافيك في تذكر وفهم القراء لمضمون القصص الإخبارية المنشورة على شبكة الانترنت: دراسة شبه تجريبية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، العدد 22، جامعة الأهرام الكندية، مصر.
- أحمد، حبيب الله صالح، (2019)، دور الانفوجرافيك في تطوير المضامين الصحفية والرؤى الإخراجية: دراسة تطبيقية على صحيفتي الوطن وعكاظ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 68، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مصر: القاهرة.
- البطل، هاني. (2019). انقرائية الإنفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية لدى الشباب الجامعي، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد51، الجزء1، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، القاهرة: مصر.
- أبو نقيرة، أيمن. عياش يحيى. (2019). انقرائية الأخبار في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية (دراسة تحليلية مقارنة)، **مجلة وادي النيل للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية**، المجلد 1، العدد 21، جامعة القاهرة فرع الخرطوم، كلية الآداب.
- بوسعدة، عمر. عزت، السيد. (2021). مقروئية الصحف الإلكترونية لدى طلاب بالجامعات السعودية صحيفة آفاق الجامعية أنموذجاً، **مجلة بحوث التربية النوعية**، العدد 62، جامعة المنصورة، مصر.
- ناصر، طارق. (2021). مقروئية الصحف الإلكترونية واعتماد الجمهور الأردني عليها في الحصول على المعلومات الاقتصادية، **مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال**، العدد 6، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، القاهرة: مصر.
- عفانة، هناء. (2017).علاقة عناصر التصميم الأساس بانقرائية الصحف الفلسطينية اليومية من وجهة نظر خبراء الإعلام، **رسالة ماجستير غير منشورة**، الجامعة الإسلامية، كلية الآداب، قسم صحافة، غزة: فلسطين.
- Ströhl, B, Ganz, K, Richter, S, Zieglmeier, K & Hammwöhner, R.(2017). An Eye-Tracking Study on Differences in Information Transfer by Infographics, Conference Paper, Everything Changes, Everything Stays the Same? Understanding Information Spaces**. Proceedings of the 15th International Symposium of Information Science** , urn:nbn:de:kobv:11-100245426, doi.org/10.18452/1458, Berlin, pp. 50-61 https://edoc.hu-berlin.de/bitstream/handle/18452/2110/stroehl.pdf?sequence=1&isAllowed=y .

- Milatz, M. (2013). Moving graphics: The effects of interactive infographics on media users 'recall accuracy. **Unpublished master's thesis**, Media and Globalization .MA , Graduate School of Communication.
- Yanyan, Y. (2010). How to Generate Readers from Infographics in A Networked society**, Digital Journalism**, 2(4), 490-506. doi:10.1080/21670811.2013.841368, 2010, retrieval at (http://goo.gl/wglqmv)
- Eun-Ju, L., & Ye Weon,K.(2016), Effects of infographics on news elaboration, acquisition, and evaluation: Prior knowledge and issue involvement as moderators, Seoul National University, Republic of Korea**, new media & society**, Vol. 18(8) 1579– 1598 © The Author(s) 2015 Reprints and permissions: sagepub .co.uk/journalsPermissions .nav DOI: 10.1177/1461444814567982
- Banu İnanç Uyan Dur.(2014) . Interactive Infographics on the Internet, TOBB University of Economics and Technology, Faculty of Fine Arts, Design and Architecture, **Online Journal of Art and Design**.volume 2, issue 4, Dept. of Visual Communication Design, Söğütözü St. No:43, Ankara/Turkey.